



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Ciencias Contables

Unidad de Posgrado

**La asociatividad como estrategia para la
competitividad de las micro y pequeñas empresas de
servicios turísticos en la Región Sur Oriente del Perú**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Contables
y Empresariales

AUTOR

Aydé PEZO BOLÍVAR

ASESORES

Ernesto Augusto POLAR FALCÓN

María Estela PONCE ARUNERI

Lima, Perú

2011

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito analizar los factores que favorecieron o limitaron a que la asociatividad entre micro y pequeñas empresas de servicios turísticos sea una estrategia para aprovechar las ventajas competitivas de los destinos turísticos e impulsar la competitividad en la Región Sur Oriente del Perú.

El enfoque de la investigación utilizada es mixto (combinación cualitativo y cuantitativo). Las técnicas para recolectar datos fueron mediante observación y entrevistas. Con respecto al alcance de la investigación cuantitativa: descriptivo y explicativo. Los métodos estadísticos aplicados: descriptivos univariados y bivariados, inferenciales(pruebas de hipótesis)y multivariados(regresión logística).

Las conclusiones del trabajo demuestran que el limitado conocimiento y la insuficiente capacitación de los empresarios y las experiencias no exitosas en cooperación empresarial debido a la desconfianza y a la falta de compromiso entre sus integrantes, son factores que han influido negativamente para la consolidación de la asociatividad; sin embargo, el 90% de los empresarios de Cusco, Puno y Madre de Dios, tienen interés para asociarse; y por su parte, el Estado a través de sus políticas, planes y normas en turismo promueve la asociatividad, lo que constituye una oportunidad para que las MYPES de servicios turísticos aprovechen las ventajas competitivas de los destinos turísticos en la Región.

Se propone un modelo asociativo y un conjunto de acciones de capacitación, como estrategias para el fortalecimiento del nivel competitivo de estas empresas.

Palabras Claves: Turismo, Asociatividad, Micro y Pequeña Empresa, Competitividad.

ABSTRACT

The purpose of this research thesis was to analyze the factors that favored or prevented the associativity amongst small and medium enterprises of touristic services from becoming a strategy to reap the benefits of the competitive advantages offered by the touristic destinations in Peru's southeast region and propel competitiveness in this area.

The approach utilized was mixed (both quantitative and qualitative). Data collection was undertaken through observation and interviews. The scope of the quantitative research was descriptive and explanatory whilst the statistical methods applied were inferential and descriptive with single, dual and multiple variables (regression).

The conclusions provide evidence that the entrepreneurs' limited knowledge and insufficient training as well as the unsuccessful experiences in co-operation due to the lack of trust and commitment between business owners are the factors that have negatively influenced the consolidation of the associativity amongst these businesses. Nonetheless, 90% of entrepreneurs in Cusco, Puno and Madre de Dios are interested in working jointly. Moreover, the government promotes associations through policies, plans and norms for the tourism industry. This constitutes an opportunity for the SME's of touristic services to benefit from the competitive advantages of the destinations in the region.

In order to strengthen the competitiveness of these businesses the present thesis puts forward certain strategies, namely a model for associativity and a range of actions to enhance training levels.

Key words: Tourism, Associativity, Small and Medium Enterprises, Competitiveness.